

Recensioni

Carlo Cellamare (a cura di), *Roma città-territorio. Abitare un contesto metropolitano*, Quodlibet, Macerata, 2024, pp. 144, € 24

Nel 2013, il regista Gianfranco Rosi realizza un film dal titolo *Sacro GRA*, un viaggio nelle esistenze che si dipanano attorno al Grande Raccordo Anulare, l'imponente anello autostradale che avvolge Roma. La macchina da presa segue le vicende di diversi personaggi, senza ricorrere a commenti o interviste, catturando i loro vissuti quotidiani in prossimità di questa grande arteria stradale. La prima voce è quella di un barelliere del 118 che, durante un turno notturno, si trova a soccorrere varie persone, tra cui una vittima di un incidente avvenuto proprio sul GRA. Della sua vita si capisce che vive da solo, ma mantiene un legame con l'anziana madre malata. C'è poi un botanico che ha fatto della difesa di un'oasi di palme nelle vicinanze del raccordo la sua missione, monitorando il territorio pianta per pianta armato di strumenti per rilevare la presenza di un coleottero parassita che le sta distruggendo. A loro si affianca un sedicente principe che abita, insieme a moglie e figlia, in un palazzo di proprietà in zona Boccea, che affitta per convegni, sfilate, utilizza come *bed and breakfast* e come set cinematografico. Gianfranco Rosi intreccia queste storie con altre brevi scene, che inquadrano alcune *sex workers* al lavoro ai margini del raccordo oppure operai che estumulano le salme di un cimitero lì vicino, il tutto a comporre un caleidoscopio di esistenze, osservate senza giudizi, che scorrono e si intrecciano intorno all'arteria pulsante della Capitale.

A riconnettere le scene, ricostruire i contesti e i dialoghi che sostanzialmente mancano a questa intensa sequenza di fermo-immagine di vita quotidiana romana, contribuisce oggi, pur con altri linguaggi e diversi presupposti, una recente ricerca dal titolo *Roma città territorio. Abitare un contesto metropolitano*, coordinata da Carlo Cellamare e pubblicata da Quodlibet nel 2025.

Roma, attraverso l'analisi di Cellamare e degli altri autori e autrici che partecipano alla ricerca, non è più narrabile soltanto come l'iconica "Città Eterna", ma si è definitivamente trasformata in una vasta "città-territorio" che si espande ben oltre i suoi confini tradizionali. Questa prospettiva differente, che con lo sguardo della macchina da presa poteva sembrare solo una scelta soggettiva di guardare le cose dal margine invece che dal centro, oggi è chiaramente la dimensione reale di Roma. E ciò non riguarda solo il suo assetto urbanistico, ma il disegno profondo dei modi di vivere e le relazioni socio-spaziali dei suoi abitanti, plasmando tempi e spazi della loro quotidianità.

La ricerca curata da Cellamare attraversa il tema della capacità di un'indagine essenzialmente quantitativa di restituire un ritratto ricco, articolato e significativo del territorio su cui insiste e dei suoi mutamenti. I "dati", per come sono trattati e narrati nei vari contributi, approfondiscono con estrema cura la dimensione storica dei fenomeni, in modo da offrire uno spaccato di come e dove le persone abitano, dei costi e delle fatiche del loro quotidiano, dei vantaggi e svantaggi che ne

DOI 10.3280/ASUR2025-144010

Archivio di Studi Urbani e Regionali, LVI, 143, 2025 ISSN 0004-0177 ISSN 1971-8519

derivano dall'abitare in quel determinato luogo, le reti, i flussi, le diseguaglianze e i privilegi e come, in tutto questo, i confini del paesaggio influiscano nei cambiamenti, nel determinare fortune e sfortune dei luoghi e delle persone. Un'analisi quantitativa che racconta i fenomeni e ne visualizza la drammaticità, offrendo punti di osservazione continuamente diversi. Una moltiplicazione di centri e periferie che non si può più riassumere semplicemente in un centro storico di rara bellezza che si distende in un territorio esterno quasi non nominato, senza un suo proprio valore se non quello di essere periferia di quel centro; non c'è una Roma compatta attorno a un magnifico centro con una corona di aree urbane consolidate, con ruoli specifici.

La ricerca di Cellamare ci indica la volontà di restituire un'interpretazione diversa e più complessa di questa geografia: le grandi infrastrutture, a partire dal GRA appunto, non sono riuscite a plasmare l'organizzazione spaziale come forse ci si attendeva e la realtà è che mentre alcune periferie vengono marginalizzate, afflitte da carenze di servizi, problemi ambientali e crisi identitarie, altrove emergono nuovi poli commerciali, ricreativi e terziari. Queste nuove polarità ridefiniscono gerarchie urbane consolidate, dando vita alla cosiddetta "città del GRA", a insediamenti auto-referenziali (peraltro previsti dal piano regolatore), ma sganciati dalla "dipendenza" dal centro di riferimento. Come sottolinea la ricerca, si tratta di processi che sono il risultato di uno sviluppo non governato e dell'assenza di politiche e visioni strategiche da parte delle istituzioni per l'intera area metropolitana. Ed è in questo "vuoto" che, come mostrava anche il film di Rosi, assumono grande rilevanza le pratiche di auto-organizzazione e riappropriazione degli spazi da parte degli stessi abitanti. Cellamare esplora quindi i quartieri che crescono spontaneamente, le case autocostruite da chi non trova altre soluzioni abitative e non vede tutto questo solo come "problemi da risolvere", ma come espressioni di una città in continua evoluzione. La ricerca restituisce una Roma in cui i cittadini non sono spettatori passivi, ma protagonisti attivi del cambiamento urbano, una città sostenibile non necessariamente nelle infrastrutture, ma piuttosto nel suo tessuto sociale.

Con taccuino e macchina fotografica, Cellamare, assieme ai suoi collaboratori e collaboratrici, sembra muoversi come un moderno esploratore urbano, immerso nelle storie e nelle voci di chi abita, nelle loro pratiche di appropriazione e trasformazione degli spazi cittadini. Ogni conversazione, immagine e documento sono un tassello del grande mosaico di Roma, la cui chiave interpretativa è chiaramente il mostrare le tante possibilità di "riabitare" la città, riconoscendo e valorizzando i diversi modi in cui le persone si appropriano e ridanno significato ai luoghi. Un "riabitare" che include l'autocostruzione di case e comunità, la cura di giardini condivisi, il recupero di tradizioni, ma anche la resistenza alla gentrificazione. È ascoltare e dare valore a tutte queste pratiche che contribuisce a fare di questa grande e multidimensionale città che chiamiamo per brevità "Roma" un territorio vivo, mutevole, positivo.

È in questa visione che il GRA assume un ruolo cruciale per comprendere la morfologia e la dinamica socio-spaziale di Roma anche in chiave storica: lo mette chiaramente in evidenza il contributo di Luca Brignone, che analizza le dinamiche insediative di Roma dal dopoguerra ad oggi, evidenziando il calo de-

mografico al centro e l'aumento dello *sprawl* in zona periurbana, con conseguente perdita di biodiversità. Brignone sottolinea come si torni ad abitare il territorio in base alla qualità ambientale, con un'attrattività della zona del GRA maggiore rispetto al centro storico e alle periferie storiche, evidenziando tuttavia, in questo "spostamento di attenzione", la mancanza di una visione di governo di un territorio così fluttuante e complesso, che lo stesso GRA ha contribuito a creare, definendo una struttura policentrica e generando e plasmando flussi di persone, merci e informazioni.

Il contributo di Munafò, Strollo *et al.* approfondisce invece il tema del consumo di suolo, sottolineando come nell'area romana, il 58% del suolo urbano risulti urbanizzato/impermeabilizzato, sottoposto comunque a stress in modo tale da produrre danni che vanno molto al di là della cementificazione in quanto tale, impattando sulla qualità della vita, dell'aria e dell'alimentazione delle persone che abitano e vivono quei luoghi. Si tratta di spazi residuali e interstiziali generati dal GRA, che vengono appropriati e trasformati attraverso pratiche informali di uso e di abitazione, spesso transitori, in cui i punti di riferimento diventano i centri commerciali o le aree di servizio. L'analisi della qualità dei servizi in questa vasta e variegata area metropolitana è oggetto del contributo di Andriola, Muccitelli e Vazzoler che evidenziano sovrapposizioni, inefficienze ed inevitabili disegualianze. Roma viene definita come un "insieme di diverse periferie", con proprie centralità e circuiti interni, cui non si adattano definizioni tradizionali di centro/periferia, tanto che il linguaggio deve sforzarsi per trovare altre parole per nominare i territori. Si delinea così sempre più la complessità di questo scenario, che sottende certamente molte criticità ma che fa emergere anche dinamiche socio-economiche e culturali nuove, che riflettono capacità di costruire strategie di adattamento e capacità di resilienza non così scontate da parte delle persone, in grado di rendere abitabili – adatti alla vita quotidiana – spazi decisamente non convenzionali.

Qui il contributo di Brignone e Olocuire appare decisivo, al fine di rimappare e riclassificare le periferie romane non in base alla loro distanza dal centro, ma rispetto all'accesso ai servizi, evidenziando in questo modo come anche il centro storico della città presenti marginalità e sia ricco di iniziative abitative "fai da te", sostenute dal basso e a volte ai limiti della legalità. Nuovamente la ricerca invita a guardare Roma come un organismo vivente, in continua trasformazione, in cui infrastrutture come il GRA giocano un ruolo fondamentale nel ridefinire costantemente il tessuto urbano e sociale.

Con il contributo di Montillo Rinaldi e Zamponi lo sguardo si addentra in una direzione leggermente diversa e pur sempre lì, intorno al GRA: "comprende" le zone adibite ad agricoltura periurbana di Roma mappando le aree agricole a 1 km dall'abitato. Si evidenziano in questo modo altre e nuove potenzialità di questa agricoltura di prossimità, proponendo la realizzazione di un "parco agricolo" metropolitano che connetta città e campagna.

Il conclusivo contributo di Gissara e Peca sottolinea ancora una volta la necessità di ripensare il modello di sviluppo urbano attuale, che, in tutta evidenza, come la ricerca dimostra l'esistenza di molta vita pulsante ancora da codificare.

In conclusione, si ricompone una suggestione quasi poetica in questo testo fortemente scientifico, perché la richiesta che si fa al lettore non è solo quella di incamerare informazioni, ma di riposizionare continuamente l'attenzione verso ciò che è marginale, periferico, a lato rispetto alla visione centrale e razionale. Ci si sente continuamente fuori fuoco, ma è proprio lì che, ci suggerisce Cellamare, bisogna stare per catturare una percezione completa di questa galassia fluttuante: una visione che comprenda non solo ciò che si sa di Roma, ma anche tutto ciò che normalmente “lasciamo cadere” perché non lo sappiamo definire o nominare. Solo così si cattura l'idea di Roma nella sua realtà vera. Questo approccio richiama il concetto di “Terzo Paesaggio” di Gilles Clément, che individua e tiene insieme luoghi che possiedono un loro valore e una loro verità al di fuori dell'organizzazione razionale dello spazio. Non c'è uno schema chiaro, nemmeno se si segue la linea temporale della storia, nell'organizzazione spaziale delle “Rome” di cui ci racconta questo libro; soprattutto, non si evidenzia una razionale specializzazione in aree funzionali del paesaggio di Roma dentro e fuori dal suo GRA. Vivere qui oggi, conclude Cellamare, implica dunque, necessariamente, fare i conti con l'accidentale, l'imprevisto, ciò che si sottrae al controllo razionale. Osservare i margini, le pieghe, il “fuori campo” urbano permette di cogliere questa dimensione della città contemporanea, aprendosi a nuove forme di conoscenza al di là della visione analitica e classificatoria, non mediata dai codici abituali, per riscoprire anche un po' il senso di meraviglia verso il quotidiano e le sue possibilità per il futuro.

(Lorenza Perini)

Deffner A. and Kavaratzis M. (eds.), *City Branding: Concepts and Tools for Reputation Management and Tourism Development*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2025, pp. 352, 100 £ (EBook version 20 £).

This collective work offers a critical re-examination of city branding, highlighting its' increased importance in the current context of socio-economic crises, ecological transitions, and post-pandemic projections. Using a variety of resources including among others, data from social media, decision theaters, discourse analysis, and visual surveys, the authors explore discourses and representations that collectively shape the reputation, touristification, and image of cities. The work is divided into twelve chapters, each of which is divided into three distinct sections, i.e. I) Towards new understandings of tools and theories in city branding, II) City brand, identity and reputation, and III) City branding and tourism. Particularly noteworthy are the international scope as cities from approximately 15 countries were included in the analysis coupled with the interdisciplinary perspectives of the 27 authors from a range of disciplines including urban planning, communication, sociology, geography, marketing, management sciences, and economics. The COVID-19 pandemic clearly highlighted the economic, social, and cultural impact of tourism on local areas, affirming the structural role of tourism in territorial development, community cohesion, and heritage promotion. As a result, tourism-oriented city branding has become a more strategic priority in the post-pandemic period.

This shift has, in turn, led to new spatial practices that require a redefinition of the norms of cohabitation between residents and tourists, thus generating competition for the use of urban spaces and related conflicts. The authors focus on the duality between two antinomic perspectives of city branding, i.e. an economic perspective focused on maximizing competitiveness and territorial attractiveness, considering urban space as rented space; and a social perspective aimed at strengthening collective identity and satisfying citizen needs to improve civic cohesion. The text offers a critical analysis of the historical factors creating this divide and provides avenues for rethinking cities in a more ethical, sustainable, and responsible manner. An important contribution of this work lies in the authors suggesting several possible alternatives to overcome this dichotomy using a detailed analysis of urban branding tools and concepts, comparing them with contemporary requirements for sustainability, inclusivity, and participatory governance.

Current structural effects including such features as overtourism, the commodification of public space, the downsizing of affordable housing, gentrification and the standardization of urban landscapes are prompting decision-makers to question the effectiveness and relevance of city branding and its potential for transformation. In attempting to answer these questions, the book offers several important contributions to the renewal of the field of urban branding. The authors' propose systematization of definitions, theoretical frameworks, and urban practices associated with the production, management, and evaluation of city branding policies. Their transdisciplinary approach allows for an unusual application and adaptation of the concept of "reputation" commonly embraced by disciplines other than sociology, notably urban planning and geography. The well-known contributions of Bourdieu and Goffman are acknowledged but recontextualized within a broader framework that combines perceptions, narratives, and political-institutional strategies. Their approach identifies new types of city image advertising which are not centered on Western standards, and adapting them in underrepresented political and institutional contexts, offering valuable avenues for future development and innovation. The book focuses exclusively on the metropolitan scale, thus complementing multi-scalar approaches such as the one presented in "Rethinking place-branding" (Kavaratzis *et al.*, 2014). An additional area of reflection involves reconsidering epistemological approaches and methods for investigating city branding through the lens of social networks and collaborative platforms. While acknowledging the limitations and methodological challenges posed by user-generated digital data (e.g., TripAdvisor, Flickr, OpenStreetMap, Instagram) – particularly algorithmic biases and standardization issues – the authors highlight its significant potential for exploring new angles of analysis, such as the study of urban perceptions.

The first chapters of the book advocate rebuilding the theoretical foundations of city branding, dissociating them from commercial promotional rationales and anchoring them in ethical and moral considerations. Rather than encouraging competitiveness, selectivity, and the prioritization of urban representations, the focus is on designing the city as an integrated relational space, primarily dedicated to meeting the needs of its most vulnerable residents. From this perspective, vulnerability, considered an intrinsic condition shared in contemporary urban

environments, is seen as a resource for moving beyond traditional city branding practices which are historically shaped by asymmetrical power relations. The text recognizes the value of participatory methods (such as decision theaters) and active citizen collaboration practices, whether in the management of event-based urban planning or decision-making processes. European and international examples demonstrate that bottom-up city branding policies can be beneficial, as they empower residents, particularly in relation to environmental issues. The book offers comparative analyses of city branding management models, contrasting highly centralized approaches (such as in China) with models based on a plurality of actors (such as in Canada). In this latter case, the role of public authorities is changing, now relying on their ability to unite and mobilize stakeholders around common goals to build consensus.

The first part also addresses methodological issues related to evaluating the effectiveness of city branding. How can we consider the cognitive and emotional aspects that contribute to the production of local identities? Is it possible to transform urban imaginaries in the long term through cultural events? How can territorial promotion policies, based on the aesthetic value of the landscape, be reconciled with stringent environmental policies grounded in a catastrophic rhetoric? These complex questions are addressed by the authors, who, through comparative analyses, demonstrate the need for a coherent and structured city branding approach to avoid the risks of “brand schizophrenia” (Stankov *et al.*, 2003) and an increase in territorial fragmentation. Despite highlighting certain successes in the private and non-profit sectors, the research shows that there is still a long way to go, both theoretically and operationally. It also reveals growing tensions between discourse, financing mechanisms, and the concrete implementation of city branding policies. Overall, the authors highlight the lack of integrated reforms aimed at striking a balance between regional tourism marketing and the need to protect residents and heritage.

The second part focuses on the construction of cities’ reputations, combining perception, narrative, and political-institutional strategy. The contributions analyze the production and flow of urban representations, clearly distinguishing between internal and external representations. Urban regeneration projects, particularly in Europe (Paris, London), are examined and often criticized for their tendency to focus solely on satisfying external representations and visitors, often at the expense of residents. The authors propose prioritizing the “territorial project” as a unifying tool capable of promoting the co-construction of a consensual territorial narrative and establishing a new balance between the interests of citizens and tourists. Identity is a leitmotif, with examples from French border regions showing the use of architectural heritage for territorial distinction and the efforts of certain eastern cities to attract major economic players, such as technology industries. The Polish example highlights the advantages of public-private partnerships and participatory approaches in repositioning territorial identity, but also the risks associated with the asymmetries in resources (and power) that they can engender.

The third part explores how city branding adapts – or resists – to changing tourism practices in a post-pandemic context. Helsinki, Vienna, Amsterdam,

Copenhagen, and Budapest serve as case studies for analyzing the impact of the pandemic on territorial governance and tourism management. Two distinct but interdependent dynamics are explored in depth: a collaborative dynamic between tourism stakeholders, local associations, elected officials, and technical experts after lockdown; and an adaptive dynamic in response to the emergence of a new form of urban tourism, seeking authentic experiences far from mainstream destinations. These dynamics are forcing cities to re-examine their authenticity and renew their tourism offerings sustainably to meet the needs of meta-tourists without compromising the well-being of the local community.

The final part of the book offers critical reflections and prescriptive recommendations for decision-makers and professionals. One key criticism concerns the lack, at both local and international levels, of a comprehensive city branding and tourism policy capable of addressing major contemporary urban challenges, such as access to affordable housing, global warming, and over-urbanization. The authors emphasize the need to value the skills of city branders and involve them in policy-making processes. City branding interventions should take on a systemic and forward-looking approach, aimed at developing resilient long-term territorial strategies, rather than a purely emergency-based approach to solving immediate problems (overtourism, undertourism, etc.). A second criticism concerns the sectoral management of city branding and the poor integration of urban actors, which is reflected in a lack of representativeness in the resulting urban brands. While criticizing this lack of inclusiveness, the authors propose alternative scenarios for renewing the framework for action by adopting place-based approaches grounded on participatory planning that are respectful of the local economy. The cases of Johannesburg and Cape Town are cited to illustrate initiatives such as “relational branding”, aimed at producing a new urban narrative based on cultural diversity and acceptance of others. In this context, the adoption of multi-level governance, developing transversally across transnational venues, is considered essential for the deployment of multi-stakeholder city branding initiatives. In the end, the book fulfills its promise of offering a broad, empirical, and critical vision of urban branding, establishing itself as a key reference for considering contemporary cities as interfaces between narratives, sustainability, and responsibility. The volume delivers multidisciplinary insights for navigating the emerging challenges of city branding, from post-COVID crises and AI-related disruptions to social inclusion issues.

(Sandra Biondo)

References

- Kavaratzis M., Warnaby G. and Ashworth G.J., eds. (2014). *Rethinking place branding: Comprehensive brand development for cities and regions*. Cham: Springer.
- Stankov U., Filimonau V., Vujičić M.D., Basarin B., Carmer A.B., Lazić L., Hansen B.K., Ćirić Lalić D. and Mujkić D. (2023). Ready for Action! Destination Climate Change Communication: An Archetypal Branding Approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5): 3874.
DOI: 10.3390/ijerph20053874